

Капков Сергей Александрович

Kapkov Sergey Aleksandrovich

глава научно-учебной лаборатории  
«Центр экономики культуры, городского развития  
и креативных индустрий»

Head of the Cultural Economy,  
Urban Development and Creative Industries  
Center of Excellence

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ КАК ПРИОРИТЕТ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ Г. МОСКВЫ

## TRANSFORMATION OF PUBLIC SPACES AS A PRIORITY OF MOSCOW CULTURAL POLICY

### Аннотация:

Статья посвящена проблеме изменения культурной политики в Москве. В работе показано, что в 2011–2015 гг. Москва стала экспериментальной площадкой, на которой были впервые опробованы как новые модели городского управления, так и новые подходы к культурной политике, основанные на переходе от патерналистской модели к идее децентрализации: передаче полномочий по организации культурного процесса на местный уровень, развитию культурных объектов за счет собственных усилий, более тесной интеграции культуры с экономической и социальной сферами. В статье этот процесс показан на примере трансформации общественных пространств: парков, пешеходных зон и бульваров и др. Выявлены и описаны общие городские проблемы и особенности политики в сфере культуры. Автором выделены и рассмотрены уровни работы в культурной политике по активизации городского сообщества и по формированию его идентичности.

### Ключевые слова:

городская культурная политика, городские общественные пространства, управление, партнерство, идентичность, городское сообщество, культурный процесс.

### Summary:

The study deals with the problematic changes of cultural policy in Moscow. The research showed that Moscow became the pilot area where both new models of urban governance and the latest approaches to cultural policy were applied. This included the delegation of powers to manage cultural process to local authorities, the development of cultural sites under their own steam, better integration of culture with the economic and social sectors. This process is demonstrated on the basis of the transformation of public spaces such as parks, pedestrian zones, boulevards. The common urban challenges and the aspects of cultural policy are identified and described. The author distinguishes and considers the levels of cultural policy activities aimed at updating the urban community and developing its identity.

### Keywords:

urban cultural policy, urban public spaces, management, partnership, identity, urban community, cultural process.

Городская культурная политика – сфера управленческой деятельности, возникающая на пересечении двух более масштабных сфер. С одной стороны, это одно из направлений *городской политики* [1], которое тесно связано с градостроительной, экономической и социальной политикой, с другой – это воплощение *государственной культурной политики* [2] в локусе города.

Естественно, что городская культурная политика должна выстраиваться в соответствии с разработанными моделями муниципальной политики и в целом федеральной культурной политики. Ее концепция – реализация двух более общих концепций, адаптированная к условиям конкретного города.

Парадокс московской культурной политики в начале 2010-х гг. состоял в том, что после смены городской власти Москва стала экспериментальной площадкой, на которой были впервые опробованы как новые модели городского управления, так и новые подходы к культурной политике. В официальных документах они были закреплены позже – в единой программе городского развития «Москва – город, удобный для жизни» (2013) и государственной целевой программе «Культура Москвы 2012–2018» [3] и федеральных документах «Основы государственной культурной политики», «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года» [4].

Главное направление городской политики в области культуры мэра Москвы С.С. Собянин определил как «децентрализацию культурной жизни». Идея децентрализации – передачи полномочий по организации культурного процесса на местный уровень приближенно к конечному потребителю бюджетной услуги – горожанину лежала в русле управленческого тренда всех крупнейших городов мира.

На два-три десятилетия раньше этот путь прошли европейские города. «В англоязычных дискуссиях о городской политике различают *городское правительство (urban government)* и *городское управление (urban governance)*. Первый термин – городское правительство – подчеркивает, что традиционно управление городом велось из единого центра, который сам был встроено в

иерархию вышестоящих правительств и воплощал вертикальный принцип управления. Вторым термином куда более сложен, им обозначают *процесс управления городом*, в который вовлечены разнообразные *партнерства*» [5, с. 332–333]. Партнерами федеральных и муниципальных органов управления выступают самые разнообразные инстанции: бизнес, некоммерческие организации, городские общественные движения, массмедиа и т. д. В культуре это означало отход от патерналистской модели, сохранившейся с советского периода и «рассматривающей культурную политику как оправдание и основание для широкой государственной поддержки культуры» [6, с. 31]. Альтернативная, партнерская модель представляла собой «инновационный подход для нашей страны» и основывалась на убеждении, что «культура может перейти с позиции “просителя” денег у государства на позицию “развития за счет собственных усилий”» [7]. Если в патерналистской модели базовой функцией культуры было продвижение официальной идеологии, и именно это делало ее «содержанкой» бюджета, независимой от требований экономической эффективности, то в креативной экономике XXI в. культура стала рассматриваться как активный двигатель экономического развития, локомотив развития городов и средство решения социальных проблем, увеличения занятости, ревитализации заброшенных промышленных территорий и т. д. (см. работы Дж. Хокинса, Ч. Лэндри и др.). Это означает более тесную интеграцию культуры с экономикой и социальной сферой. Ранее дотационные институции начинают приносить доход, появляются новые точки городского роста, развивается средний и малый бизнес, увеличивается туристическая привлекательность города, активизируется общественная жизнь.

Несмотря на то что Москва многие десятилетия была средоточием всей урбанистической и культурной жизни страны, она также аккумулировала и большую часть проблем постсоветского пространства. Проведенный в 2011 г. экспертами Департамента культуры анализ общих городских и собственно культурных проблем столицы представил впечатляющий «диагностический лист».

Если говорить об общих городских проблемах, то это:

- экстенсивное развитие города и «растекание» ресурсов: организация городского пространства по экстенсивному принципу «умножения сущностей» (денег, автомобилей, строений), не меняющего качество среды;

- несоответствие требованиям к социально-культурной среде столичных городов и низкий уровень в мировых рейтингах с репутацией одного из самых недружелюбных, некомфортных и дорогих городов планеты;

- устаревшие принципы городского управления «сверху вниз» вопреки мировой тенденции заполнения городских пространств «снизу» – через создание условий для развития локального бизнеса, проведение культурных и общественных событий и т. д.;

- дефицит «зон комфорта»: Москва 1990–2000-х гг. была больше местом для зарабатывания денег, чем для жизни; кто имел возможность, проводил свободное время за рубежом или на дачах, а кто не имел – предпочитал сидеть дома;

- непривлекательность для туристов: для иностранцев Москва оставалась городом «одного посещения», когда путешественник приезжал на короткое время, осматривал достопримечательности и уезжал из-за негостеприимности среды, отсутствия безопасности и адекватных предложений для досуга; для многих россиян это слишком дорогой город;

- плохая экология: достаточно суровые климатические условия, наличие производств в городской черте, транспортный коллапс;

- разрывы между центром и окраинами: неоднородность инфраструктуры, жизненного уклада, доступности культурного досуга;

- ограниченная мобильность и «маятниковая миграция» в пределах города: сосредоточение офисов, культурных учреждений и торгово-развлекательных центров внутри кольцевой дороги, вынуждающее людей с окраин постоянно мигрировать взад-вперед.

Ситуацию в сфере культуры определяли следующие особенности:

- консервативный спектр услуг федеральных учреждений культуры: Большой театр, Третьяковская галерея, Музей им. А.С. Пушкина, музеи Кремля, Российская государственная библиотека и другие ключевые культурные объекты федерального значения, сосредоточенные в центре Москвы, для многих горожан и приезжих тоже оказываются местами «одного посещения», где необходимо «отметиться», но стимула прийти во второй раз уже нет, поскольку их предложение принципиально не меняется, несмотря на богатство фондов, разнообразие репертуара, смеяемость выставок и т. д.;

- невысокое качество и бедность номенклатуры предоставляемых услуг, особенно характерные для муниципальных учреждений культуры;

- отсутствие площадок для коммуникации и творчества;

- дефицит событий мирового уровня;

- утрата архитектурного наследия, разрушение уникального облика города.

На таком фоне безусловно позитивным фактором было формирование альтернативной культурной инфраструктуры, во многом отвечающей потребностям и чаяниям современного го-

рода: разветвленной сети музыкальных клубов; сетей книжных магазинов, соединенных с клубами и кафе; творческих кластеров на территории бывших промышленных объектов (Центр дизайна Art Play, проект «Фабрика», центр современного искусства «Винзавод», институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» и др.). Все эти инициативы являлись частными и развивались практически без поддержки федеральных и московских властей. Данное обстоятельство накладывало свои финансовые и инфраструктурные ограничения на их деятельность.

Такой была ситуация в самом богатом и, казалось бы, благополучном городе страны. Социально-психологическим следствием этого комплекса факторов, усугубляющим ситуацию, является отчуждение человека – горожанина и приезжего – от культуры и от самого города; идентичность человека и города оказывается формальной, а его участие в городской жизни, в том числе культурной, – пассивным и потребительским.

Новая городская культурная политика, инициированная мэрией и реализуемая Департаментом культуры, должна была работать со всем комплексом этих проблем, естественно, начав с определения приоритетов, позволявших сосредоточить ресурсы на решении наиболее неотложных проблем.

Первым приоритетным объектом политики Департамента культуры стали общественные пространства, потому что результат изменений на них наиболее заметен. Оптимизация планировки, ухоженный вид, организация комфортного пребывания человека, общее оживление повседневной жизни в парках, скверах, пешеходных зонах и т. д. – то, что видит каждый. На площадках любых «закрытых» культурных учреждений по определению бывает меньше людей.

Для городского пространства в равной степени важны, с одной стороны, единство потребительских стандартов (норм безопасности, технического оснащения, наличие точек питания и продажи воды и т. д.) и наличие визуального стиля, с другой – свое лицо каждого округа и района, сохранение исторического и архитектурного облика зданий, площадей и улиц. Диалектика общего и индивидуального пронизывает все уровни жизни города; город как целое – это слаженный ансамбль уникальных составляющих. 1990-е и начало 2000-х гг. внесли немало хаоса на московские улицы, когда офисы новых фирм принялись плодить фальшь-фасады со своими вывесками, не считаясь ни с обликом здания, ни с тем, как «украшают» себя соседние подъезды. В 2013 г. студия Артемия Лебедева по заказу Комитета по архитектуре и градостроительству Москвы совместно с Главным архитектурно-планировочным управлением Москомархитектуры в студии разработала архитектурно-художественную концепцию размещения рекламно-информационных конструкций для 11 центральных улиц столицы [8].

Изменение формата городских праздников и массовых мероприятий: увеличение их количества, разнообразия задействованных площадок и событий в рамках дней города, фестивалей, ночей искусств – еще одна возможность работать с городом как с целым и с каждым из его общественных пространств. Парки, дворцы культуры, музеи, библиотеки, театры включаются в эти события, предлагая уникальные программы, соответствующие их специфике, но вместе они создают еще одно измерение образа жизни современного горожанина. По результатам исследований 2014 г. 65 % горожан выразили готовность принять участие в городских праздниках в дни их проведения: если раньше многие жители стремились покинуть город в это время, теперь они, напротив, предпочитали остаться и выбрать интересную им площадку. 15 % посетителей городских массовых мероприятий стали составлять те, кто раньше никогда на них не ходил.

Наряду с собственными функциями общественные пространства позволяют решать самые разнообразные, в том числе краеугольные городские проблемы, такие как привлечение новых партнеров, развитие территорий административных округов, улучшение экологии, облагораживание территорий спальных районов.

Остановимся еще на одной ключевой функции, тесно связанной с трансформацией городских общественных пространств. Изменяя границы и внешние формы, организуя события, проектируя образ города сегодняшнего дня, мы всегда работаем с людьми. Общественные пространства притягивают множество людей, сначала чисто пассивно: они наблюдают за изменениями, обсуждают их; если у них появляется интерес, они становятся посетителями и потребителями услуг или публичными критиками, затем могут стать партнерами и, наконец, инициаторами собственных проектов и даже разработчиками альтернативных концепций. Превращение горожанина из объекта культурной политики в ее субъект – важнейшее условие реализации городской культурной политики и одновременно одна из ее главных целей. Оно прямо связано с формированием новой идентичности жителя Москвы. Позитивная идентичность с городом и чувство ответственности за город превращают человека из обывателя в «культурного героя», который сам строит мир вокруг себя.

В плане культурной политики работа по активизации сообщества и по формированию идентичности включает несколько уровней.

Первый уровень – привлечение экспертов – начинается с подбора собственно управленческой команды. Орган исполнительной власти – московский Департамент культуры признал свою ответственность не только за развитие «высокой» культуры и деятельность традиционных

учреждений (музеев, театров, библиотек), но и за досуг москвичей и городскую атмосферу. Целями культурной политики стали развитие человеческого капитала, создание современной и комфортной городской среды, включение Москвы в мировые культурные процессы. Это стало главным поворотом не только в деятельности Департамента культуры, но и в жизни города. В команду вошли люди, имевшие управленческий опыт, организаторы проектов в сфере культуры и молодые специалисты, только окончившие профильные вузы, – культурологи, искусствоведы, кураторы. Активными партнерами Департамента были известные деятели культуры – К. Серебренников, И. Бутман, В. Халилов, М.С. Хохлов, Д. Вишнева, А. Лиєпа и многие другие. Для координации и методической поддержки преобразований и работы учреждений определенной сети были созданы специальные организации (Мосгорпарк, Центр музейного развития, Московский городской библиотечный центр и др.). Научно-исследовательскую базу для консультационной поддержки деятельности Департамента предоставил Московский институт социально-культурных программ (МИСКП), на протяжении нескольких лет изучавший международные методики оценки качества жизни горожан и городской среды, а также механизмы регулирования (в том числе законодательного) культурной жизни города в России и за рубежом. В 2013 г. МИСКП провел оценку уровня развития городской среды всех муниципальных районов Москвы. Кроме того, консультантами и партнерами Департамента постоянно были авторитетные урбанисты, архитекторы, дизайнеры, социологи, ученые и практики во многих отраслях и сферах.

Второй уровень работы с сообществом – организация взаимодействия с руководителями и сотрудниками учреждений культуры – включала поддержку окружных программ и проектов, ориентированных на развитие территорий средствами культуры; разработку механизма поддержки открытых культурных мероприятий, арт-проектов в городских общественных пространствах; обеспечение долгосрочного планирования культурных мероприятий и фестивальных программ, разработку стратегии повышения их международной значимости; разработку системы оценки эффективности деятельности учреждений; организацию профильного учебного центра, предоставляющего желающим возможность повысить свою компетенцию, познакомиться с современными тенденциями и подходами к деятельности культурных учреждений; подготовку кадрового резерва и многие другие формы коммуникации с профессиональным сообществом.

Третий уровень – привлечение бизнеса, поддержка частных инициатив и развитие государственно-частного партнерства в сфере культуры. Преобразования общественных пространств были и поиском новых экономических подходов, основанных на развитии творческого сектора бизнеса. В 2015 г. Агентство по развитию территорий «МосАрт» по заданию Департамента культуры Москвы провело исследование, как развитие общественных пространств отразилось на развитии малого и среднего бизнеса, в том числе творческого бизнеса в Москве. Для этого была собрана информация о бизнес- и некоммерческих организациях, с которыми московские парки сотрудничали на постоянной основе (было проведено анкетирование учреждений в 16 из 24 действовавших на тот момент парков). Исследование показало, что непрофильная деятельность (сдача площадей под офисные помещения, непрофильная торговля, организация автошколы и т. п.) составила всего около 4 % деятельности всех коммерческих и некоммерческих организаций, работавших на территории парков; более 90 % партнеров парков – это культурные, образовательные, спортивные и досуговые организации. Исследование подтвердило, что общественные пространства действительно активно и успешно привлекают, а значит, и стимулируют развитие малого и среднего бизнеса.

Четвертый уровень – работа со средствами массовой информации. Здесь следует назвать публикации, описывающие и разъясняющие каждый шаг преобразований, проводимых Департаментом, интервью руководителя Департамента и руководителей культурных объектов выходили практически ежедневно. Но при этом роль СМИ никак нельзя сводить к пиар-поддержке того, что делала городская власть. Массмедиа выступали независимыми партнерами, аналитиками и нередко жесткими критиками действий Департамента. Публикации и особенно дискуссии, которые организовывали «Большой город», «Искусство кино», радио «Свобода», «Эхо Москвы» и многие другие издания и каналы, сайты учреждений и общественных организаций, были настоящей трибуной общественного обсуждения и давали широкую двустороннюю информацию и обществу, и власти [9].

Вероятно, нужно выделить в отдельный уровень интернет и социальные сети – неисчерпаемый источник обратной связи с непосредственно городским сообществом. Чарлз Лэндри, идеолог «креативного города», отмечает, что в современном мире виртуальные и реальные места общения образовали неразделимый симбиоз: «Сегодня, в век интернета, когда в нашу жизнь прочно входят чаты, форумы и прочие интерактивные формы общения, складывается по сути новое общественное киберпространство. Однако, несмотря на те бесконечные возможности, которые новые технологии открывают для дистанционной коммуникации, компьютер доказывает, насколько нам необходим личный контакт» [10, с. 183]. По мнению британского ученого, потребность в общественных пространствах как местах реального контакта особенно усиливается на фоне распространения коммуникации виртуальной, вытесняющей живое общение людей друг с другом.

Присутствие сотрудников Департамента культуры в социальных сетях тоже не могло заменить им прямого общения с жителями города. Перепрофилирование объектов, появление новых

зеленых насаждений, пешеходных и велосипедных дорог и другие трансформации вызвали изменения привычных маршрутов горожан; очевидно, что не все были этим довольны. Дифференцированное взаимодействие с жителями разных районов, разных возрастных категорий, социальных и национальных групп и просто с каждым человеком и его уникальными интересами и проблемами – также неотъемлемая часть городской культурной политики. Образцом здесь мог бы послужить барон Осман, который в течение 10 лет прокладывая Елисейские поля – центральную магистраль Парижа, лично вел «долгие, изнурительные переговоры с владельцами каждого из домов, который предстояло снести, договариваясь о компенсациях» [11, с. 14–15]. Думается, это высокий пример того, что городская политика, в том числе культурная, – это прежде всего коммуникация всех субъектов городского сообщества, институциональных и индивидуальных, их стремление к взаимопониманию и поиску согласованных решений.

Можно отдельно говорить о способах вовлечения в активную работу зарубежных партнеров, мигрантов, людей с особенностями развития, молодежи (в 2013 г. был реорганизован и присоединен к Департаменту культуры Департамент семейной и молодежной политики города Москвы; создание условий для самореализации и развития молодых горожан остается одним из приоритетов деятельности Правительства Москвы). Как мы видим, трансформация общественных пространств фокусирует многие ключевые аспекты культурной политики.

Отметим, что в федеральной Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 г. в определенной мере произошел возврат к более узкому пониманию культуры как совокупности традиционных учреждений культуры. Такие понятия, как «общественное пространство», «городская среда», в ней вообще не упоминаются, единственный раз фигурирует «парк». Между тем для многих обозначенных в Стратегии проблем, таких как выравнивание региональных диспропорций в уровнях обеспеченности объектами культуры, финансирования и условиях доступности культурных благ для широких слоев населения; использование культурного и туристского потенциалов территорий, обладающих этнокультурным многообразием и спецификой; брендинг территорий и создание условий для развития внутреннего, въездного, в том числе познавательного, этнического и паломнического туризма; разработка и реализация программ поддержки культурной инфраструктуры малых городов и сельских поселений, содействующих развитию городской и сельской культурной среды; содействие развитию культурного потенциала через подготовку и проведение мероприятий, посвященных празднованию на федеральном уровне памятных дат субъектов Российской Федерации и юбилейных дат выдающихся деятелей культуры; формирование чувства сопричастности территории для обеспечения укорененности и преемственности поколений одним из наиболее эффективных путей решения могла бы быть работа с городскими общественными пространствами. Это подтверждает опыт работы Департамента культуры в 2011–2015 гг., который создал прецедент реализации новой культурной политики, существенно изменил ситуацию в Москве и в дальнейшем был использован в программах городского развития как столицы, так и других крупных городов России.

### Ссылки и примечания:

1. Различным теоретическим подходам к исследованию городской политики посвящена глава «Городская политика и управление городом» в монографии Е.Г. Трубиной «Город в теории». См.: Трубина Е.Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. М., 2013. С. 314–355.
2. Аналитический обзор интерпретаций понятия «культурная политика» можно найти в статье Л.Е. Вострякова. См.: Востряков Л.Е. Культурная политика: концепции, понятия, модели [Электронный ресурс] // Институт культурной политики. URL: <http://www.cpolicy.ru/analytics/80.html> (дата обращения: 14.05.2018).
3. Первая программа, с которой начинались преобразования городских общественных пространств, не имела прямого отношения к культурной политике. Это была государственная программа г. Москвы «Развитие инфраструктуры туризма и отдыха на 2012–2018 годы» (в первой редакции утверждена постановлением Правительства Москвы от 7 октября 2011 г. № 476-ПП).
4. Основы государственной культурной политики [Электронный ресурс] : утв. Указом Президента РФ от 24 дек. 2014 г. № 808. Доступ из информ.-правовой системы «Гарант» ; Проект «Основ государственной культурной политики» [Электронный ресурс] // Российская газета. 2014. 16 мая. URL: <https://rg.ru/2014/05/15/osnovi-dok.html> (дата обращения: 14.05.2018) ; Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года [Электронный ресурс] : утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 февр. 2016 г. № 326-р // Правительство России. URL: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAYVAJnoBuKqH0qEJA9lxP7f2xm.pdf> (дата обращения: 14.05.2018).
5. Трубина Е.Г. Указ. соч. С. 332–333.
6. Востряков Л.Е. Указ. соч. С. 31.
7. Там же.
8. Дизайн-код Москвы [Электронный ресурс] // Студия Артемия Лебедева. URL: <https://www.artlebedev.ru/moscow/design-code> (дата обращения: 19.06.2013).
9. Чернова Е.Б. Почему общественные пространства в России – это имитация урбанистики [Электронный ресурс] // The Village. 2014. 18 нояб. URL: <http://www.the-village.ru/village/city/direct-speech/170013-pochemu-obschestvennye-prostranstva-eto-ploho> (дата обращения: 14.05.2018).
10. Лэндри Ч. Креативный город / пер. с англ. В. Гнедовского, М. Хрусталева. М., 2006. 399 с.
11. Высоковский А.А. Сочинения : в 3 т. Т. 3. Public. М., 2015. 352 с.